

Pengaruh CSR dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

¹Nurul Azhrah Lubis, ²Nurwani

¹Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, nurul.azrah02@gmail.com

²Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, nurwani@uinsu.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility and profitability on the value of the company in mining companies listed diBEI year 2016-2020. The type of data used in this study is quantitative data. The method used in this study is purposive sampling method with a population of 49 companies and a sample of 6 companies. The technique of data collection in this study is using the documentation method and analyzed by multiple linear regression analysis using SPSS 22 application. The results showed that (1) profitability and CSR disclosure had a positive and significant effect on the value of the Company, (2) profitability had a positive and significant effect on the value of the company, and (3) CSR disclosure and profitability had a positive and significant effect on the value of the company simultaneously.

Keywords: CSR, Profitability, And Corporate Value.

Pendahuluan

Bukan masalah baru jika operasi pertambangan seringkali berdampak pada lingkungan. Minat tumbuh dalam studi masalah lingkungan, kemajuan teknologi, dan ekonomi global. Susunan fundamental dari sistem sosial secara bertahap berubah, yang mempengaruhi lingkungan dalam beberapa cara, baik segera atau akhirnya. Masalah lingkungan yang semakin meningkat tidak dapat dipisahkan dari posisi Indonesia sebagai negara berkembang.

Sementara biasanya mengabaikan pertimbangan lingkungan, industrialisasi, di sisi lain, memberikan penekanan besar pada pemanfaatan teknologi seefisien mungkin. kemampuan perusahaan untuk mengambil tindakan tak terbatas pada beberapa alat untuk membantu meningkatkan nilainya. Selain pelanggannya, korporasi juga mempengaruhi tetangganya dan alam beroperasi juga terpengaruh. Korporasi juga berutang kewajiban kepada siapa pun yang berkepentingan, termasuk konsumen, pemilik atau investor, pesaing, komunitas, dan pemasok

Karena Salah satu sektor terpenting dalam perekonomian Indonesia, pertambangan diuntungkan oleh permintaan konsumen yang tinggi dan biaya produksi yang rendah. Karena menipisnya sumber daya alam, perusahaan pertambangan memiliki dampak negatif langsung terhadap lingkungan. Pelaku usaha harus mengungkapkan upaya CSR mereka untuk mempertanggungjawabkan dampak tersebut (UU No. 40 Tahun 2007 pasal 74).

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Profitabilitas secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dan untuk mengetahui dan menganalisis

pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Profitabilitas secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan.

Berdasarkan data, terdapat 6 perusahaan pertambangan yang telah mengungkapkan CSR, tetapi ada 2 perusahaan yaitu PT PTBA dan PT SMMT telah meningkatkan CSR namun nilai perusahaannya penurunan. Perusahaan PT PTBA mengungkapkan CSR paling banyak dibandingkan dengan perusahaan yang lain, ditahun 2017 perusahaan PT PTBA meningkatkan CSR nya dengan nilai 0,747. Namun, ditahun 2017 nilai perusahaannya mengalami penurunan dengan nilai 0,55. Sedangkan perusahaan PT SMMT mengalami peningkatan CSR setiap tahunnya dari tahun 2016 sampai tahun 2020, namun nilai perusahaannya terus mengalami penurunan setiap tahunnya. Hal ini tidak sesuai dengan teori Ghou yang menyatakan bahwa semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR, yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan.

Turunnya nilai perusahaan dapat dipengaruhi berbagai faktor seperti *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan profitabilitas. Sehingga dibutuhkan penelusuran yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi faktor-faktor tersebut dalam menentukan tingkat nilai perusahaan. CSR sangat penting bagi perusahaan karena akan memberikan dampak terhadap investor. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, image perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan maka nilai saham perusahaan akan meningkat.

Landasan Teori

Penjelasan Hery tentang nilai perusahaan adalah berikut. "Nilai perusahaan kedudukan dicapai sebagai bukti kepercayaan publik selama bertahun-tahun beroperasi, dimulai dengan pendirian perusahaan dan berlanjut hingga saat ini. Silvia Indrarini memberikan penjelasan mengenai nilai perusahaan untuk sementara sebagai berikut. Nilai perusahaan, dihubungkan dengan harga saham, mencerminkan bagaimana investor memandang penggunaan sumber daya perusahaan oleh manajer.

Bambang Sugeng menggambarkan nilai perusahaan dengan cara ini. Harga di mana produk perusahaan saat ini sedang dijual menetapkan nilainya. Menggabungkan tiga sudut pandang maka nilai perusahaan adalah tujuan dikejar manajer melalui penggunaan aset perusahaan secara efisien dan sering dikaitkan dengan saham. Masyarakat umum dan investor kemudian digunakan untuk menggambarkan situasi ini.

Philip Kotler (CSR) sebagai komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui perilaku bisnis yang etis dan kontribusi sumber daya. Menurut Philip Kotler, kegiatan CSR harus mengedepankan kepentingan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini jelas menunjukkan bahwa CSR merupakan kebutuhan yang mutlak dan bukan merupakan amanat atau kewajiban hukum. Adopsi CSR diperlukan di Indonesia saat ini. UUP akan mengurus ini. Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan (WBCSD), sebuah organisasi global, memberikan definisi CSR:

Dedikasi berkelanjutan oleh bisnis untuk menegakkan prinsip-prinsip moral, mendorong kemajuan ekonomi, dan meningkatkan taraf hidup karyawan, keluarga mereka, komunitas, dan masyarakat.

CSR adalah strategi menyimpang dari pedoman moral perusahaan dalam rangka meningkatkan taraf hidup di lingkungan tempat ia melakukan bisnis. Menurut konsep tanggung jawab sosial perusahaan, pemerintah, organisasi nirlaba, dan masyarakat lokal semuanya memiliki kewajiban. Kemitraan ini tidak dorman atau stasioner. Setiap anggota dalam kerjasama ini memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat

Dalam bukunya "Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business," John Ellington mempopulerkan konsep triple bottom line (laba, bumi, dan manusia). Mempertimbangkan lebih dari sekedar keadaan lingkungan dan masyarakat (rakyat). Menurut teori ini, perusahaan saat ini harus mempertimbangkan lingkungan dan aspek keuangan dari operasi mereka, yang diwakili oleh kesehatan keuangan mereka.

Hasil penelitian Rustiarini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kusumadilaga menegaskan bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan harga saham perusahaan dan karenanya meningkatkan nilai pasarnya. Menurut penelitian Jo dan Harjoto, pengungkapan CSR meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, tampaknya masuk akal untuk mengklaim bahwa pengungkapan CSR meningkatkan nilai perusahaan. Lebih banyak pengungkapan CSR meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Hery, ukuran kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui operasi bisnis biasa adalah rasio profitabilitas. Fahmi mengklaim rasio profitabilitas yang didasarkan pada penjualan dan keuntungan investasi menilai kinerja total tim manajemen.

Menurut Brealey et al., penilaian profitabilitas mengutamakan keuntungan perusahaan. Total keuntungan dinyatakan sebagai persentase pendapatan untuk memfasilitasi perbandingan bisnis karena perusahaan yang lebih besar jelas harus menciptakan keuntungan yang lebih besar daripada yang lebih kecil.

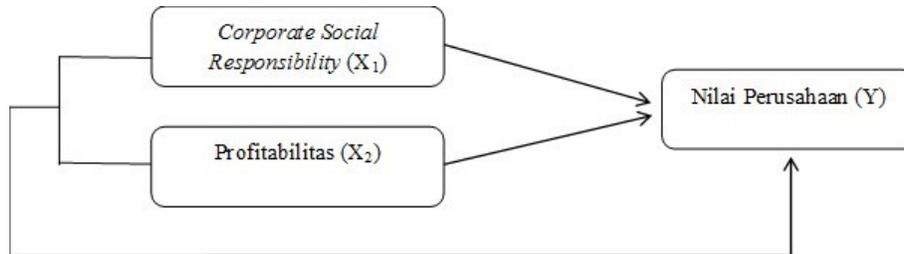
Kemampuan bisnis untuk menghasilkan keuntungan sambil menggunakan sumber dayanya, seperti penjualan, aset, dan uang, dijelaskan dalam frasa sebelumnya sebagai profitabilitas. Profitabilitas dievaluasi dengan menggunakan rasio profitabilitas.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan, ukuran kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih. Pengembalian ke berbagai pemangku kepentingan dapat ditingkatkan dengan mencapai pengembalian terbaik. Persepsi investor terhadap perusahaan dapat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya return. Dalam proporsi langsung dengan bagaimana perasaan investor tentang suatu saham, nilainya akan meningkat. Nilai perusahaan akan meningkat seiring dengan harga saham.

Hukum berlaku untuk hal-hal terkait CSR di Indonesia. Aturan UU No. 40 Tahun 2007 mengatur perseroan terbatas, menguntungkan perseroan terbatas. Menurut baris pertama, pelaku usaha yang melakukan kegiatan ekonomi atau bekerja dengan SDA setempat wajib menjunjung tinggi kewajiban sosial dan lingkungan.

Profitabilitas yang diukur dengan ROA, dan SCR yang diukur dengan pengungkapan indikator kinerja lingkungan, energi, keselamatan kerja, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan indikator umum dikotomis, merupakan variabel independen. Tobins' Q bertindak sebagai proxy untuk nilai perusahaan, sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan yang ditentukan oleh Tobins' Q. Kerangka

berikut guna membuat variabel terkait menggunakan deskripsi yang ditawarkan sebelumnya.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis yang diajukan menawarkan perbaikan cepat untuk masalah penelitian yang diidentifikasi. Karena kerangka konseptual dibuat layak dengan meringkaskan masalah penelitian sebagai pertanyaan, hipotesis:

H_{01} = Corporate Social Responsibility (CSR) (X_1) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

H_{a1} = CSR (X_1) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H_{02} = Profitabilitas (X_2) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H_{a2} = Profitabilitas (X_2) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H_{03} = CSR (X_1) dan Profitabilitas (X_2) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

H_{a3} = CSR (X_1) dan Profitabilitas (X_2) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Metode Penelitian

Dengan menggunakan metode kuantitatif asosiatif. V. Wiratna Sujarweni mengklaim bahwa subkategori penelitian kuantitatif menghasilkan kesimpulan yang dapat dicapai melalui penerapan statistik atau instrumen kuantifikasi lainnya. Hasil pengujian dari penelitian ini dapat digunakan untuk mendukung atau menyangkal hipotesis yang terbentuk sebagai hasil dari penelitian teoritis yang dilakukan. Dengan populasi 49 perusahaan pertambangan yang terdaftar di (BEI) antara 2016 - 2020.

Tabel 1. Pululasi Perusahaan Pertambangan

No	Nama Perusahaan Pertambangan	Kode Emiten
1.	PT Adaro Energy Tbk	ADRO
2.	PT Atlas Resources Tbk	ARII
3.	PT Borneo Olah Sara Sukses Tbk	BOSS
4.	PT Bumi Resources Mineral Tbk	BRMS
5.	PT Baramulti Sukses Sarana Tbk	BSSR
6.	PT Bumi Resources Tbk	BUMI
7.	PT Byan Resources Tbk	BYAN

No	Nama Perusahaan Pertambangan	Kode Emiten
8.	PT Darma Henwa Tbk	DEWA
9.	PT Delta Dunia Makmur Tbk	DOID
10.	PT Dian Swastatika Sentosa Tbk	DSSA
11.	PT Energi Investama Tbk	FIRE
12.	PT Golden Energy Mines Tbk	GEMS
13.	PT Garda Tujuh Buana Tbk	GTBO
14.	PT Harum Energy Tbk	HRUM
15.	PT Indika Energy Tbk	INDY
16.	PT Indo Tambangraya Mega Tbk	ITMG
17.	PT Resources Alam Indonesia	KKGI
18.	PT Mitrabara Adiperdana Tbk	MBAP
19.	PT Samindo Resources Tbk	MYOH
20.	PT Bukit Asam Tbk	PTBA
21.	PT Petrosea Tbk	PTRO
22.	PT Golden Eagle Energy Tbk	SMMT
23.	PT SMR Utama Tbk	SMRU
24.	PT Toba Bara Sejahtera	TOBA
25.	PT Apexindo Pratama Duta Tbk	APEX
26.	PT Ratu Prabu Energy Tbk	ARTI
27.	PT Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk	BIPI
28.	PT Elnusa Tbk	ELSA
29.	PT Energi Mega Persada Tbk	ENRG
30.	PT Surya Esa Perkasa Tbk	ESSA
31.	PT Medco Energy Internasional Tbk	MEDC
32.	PT Mitra Investindo Tbk	MITI
33.	PT Capitalinc Investment Tbk	MTFN
34.	PT Perdana Karya Perkasa Tbk	PKPK
35.	PT Radiant Utama Interinsco Tbk	RUIS
36.	PT Super Energy Tbk	SURE
37.	PT Ginting Jaya Energy Tbk	WOWS
38.	PT Citatah Tbk	CTTH
39.	PT Aneka Tambang Tbk	ANTM
40.	PT Cita Mineral Investindo Tbk	CITA
41.	PT Caka Mineral Tbk	CKRA
42.	PT Central Omega Resources Tbk	DKFT
43.	PT Gunung Raja Paksi Tbk	GGRP
44.	PT Ifishdeco Tbk	IFSH
45.	PT Vale Indonesia Tbk	INCO
46.	PT Merdeka Cooper Gold Tbk	MDKA
47.	PT J Resources Asia Pasifik Tbk	PSAB
48.	PT Timah Tbk	TINS
49.	PT Kapuas Prima Coal Tbk	ZINC

Sumber : <https://www.idx.co.id>

Sebagian kecil dari anggota populasi dipilih sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan sehingga mereka dapat mencerminkan masyarakat, klaim Nur Ahmadi Bi

Rahmani dari sampel. *Purposive sampling*, populasi yang dipilih sebagai sampel penelitian mengikuti kriteria sampel yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel. 2 Sampel

No	Nama Perusahaan Tambangan	Kode Emiten
1	PT Aneka Tambang Tbk	ANTM
2	PT Bukit Asam Tbk	PTBA
3	PT Golden Eagle Energy Tbk	SMMT
4	PT Elnusa Tbk	ELSA
5	PT Radiant Utama Interinsco Tbk	RUIS
6	PT Timah Tbk	TINS

Enam perusahaan—ANTM, PTBA, SMMT, ELSA, RUIS, DAN TINS—dipilih sebagai sampel dari 49 perusahaan yang memenuhi persyaratan penelitian.

Hasil Dan Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Temuan pertama mendukung gagasan CSR secara signifikan mempengaruhi nilai perusahaan. Variabel CSR memiliki nilai thitung sebesar 2,080 dan nilai signifikansi sebesar 0,048, sedangkan ttabel sebesar 1,697. Karena thitung > ttabel ($2,080 > 1,697$), CSR secara parsial mempengaruhi signifikan nilai perusahaan. Maka seberapa signifikan dan menguntungkan CSR mempengaruhi nilai perusahaan, angka 0,05 ($0,048 < 0,05$), di mana titik H_0 ditolak dan H_a disetujui, juga memberikan indikasi lain dari signifikansi penelitian.

Argumen utama yang dikemukakan oleh Ghou adalah bahwa semakin banyak operasi CSR yang diungkapkan perusahaan, semakin besar nilai perusahaan. Artinya kuantitas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan akan menaikkan nilai perusahaan tersebut. Menurut penelitian Ni Luh Laksmi (2021), Khooyimah dkk (2021), Grasella Sihombing (2019), dan Sri Yanti Pasaribu, CSR memiliki dampak positif dan cukup besar terhadap nilai perusahaan (2017). Kesimpulan ini didukung oleh penelitian. Kesimpulan sebaliknya dicapai oleh I Ketut Gede Adi dkk. (2017), Sri Fitri Wahyuni dan al. (2018), dan Elina Rosa Anggraini dkk. (2021), yang menegaskan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil kedua menunjukkan profitabilitas memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan karena thitung > ttabel ($3,116 > 1,697$). Profitabilitas memiliki thitung = 3,116 dan nilai signifikan = 0,004, sedangkan t-tabel = 1,697. Signifikansi nilai 0,05 ($0,004 < 0,05$), di mana titik H_0 tidak disetujui dan H_a diterima, variabel profitabilitas berpengaruh signifikan dan menguntungkan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, nilai perusahaan meningkat karena menjadi lebih menguntungkan. Peningkatan profitabilitas

mendorong harga saham dan pada akhirnya nilai perusahaan karena hal itu menunjukkan kepada investor bahwa mereka harus mau berinvestasi dalam bisnis.

Pengaruh CSR dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji F yang telah dijelaskan sebelumnya, H_0 diterima jika $\text{Sig.} < 0,000 < 0,05$) dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($17,069 > 3,28$) merupakan nilai signifikansi. Uji F menunjukkan bahwa profitabilitas dan CSR memiliki dampak besar pada nilai perusahaan. Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan Grasella Sihombing (2019) dan Sri Yanti Pasaribu (2017), yang menemukan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas dan CSR pada saat yang bersamaan. Klaim bahwa profitabilitas dan CSR tidak secara bersamaan mempengaruhi nilai bisnis dibantah oleh I Ketut Gede Adi et al. (2017), Sri Fitri Wahyuni dkk. (2018), dan Elina Rosa Anggraini dkk. (2021).

Kesimpulan

Maka dapatlah ditarik kesimpulan berdasarkan dengan hasil yang diperoleh, yaitu *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. CSR dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan.

Daftar Pustaka

- Aninda Ayu Utama dan Rina Trisnawati. "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Keputusan Investasi, Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan." *Lemhannas Ri* 9, no. 3 (2021).
- Astiari, Luh Putu. "Pengaruh Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)." *E-Jurnal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi*. 2, no. 1 (2014).
- Bambang, Sugeng. *Manajemen Keuangan Fundamental*. Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- Brealey, et. al. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- Deriyaso, I. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)." *Jurnal Akuntansi* (2014): 56–57.
- Dewi, Mahatma. "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan." *E-journal Universitas Udayana* 4 (2013): 3.